

STEINBERG, Shirley R. & KINCHELOE, Joe L. (orgs.). 2001. *Cultura infantil* : a construção corporativa da infância. Rio de Janeiro : Civilização Brasileira.

## PRODUÇÃO CORPORATIVA DA CULTURA E CONSTRUÇÃO DA INFÂNCIA

Bernadete Mourão

O livro *Cultura infantil: a construção corporativa da infância* constitui-se em uma coletânea de 14 artigos vinculados à área de estudos culturais versando especificamente sobre a cultura infantil. A visão pós-moderna é a que fundamenta todo o livro. Assim, entende-se a infância como “um artefato social e histórico e não uma simples entidade biológica” (STEINBERG & KINCHELOE, 2001, p. 11). Dessa forma, localiza-se o tipo de infância com que ainda operamos, designado no livro pela expressão “concepção clássica”, como construído pela sociedade ocidental moderna há 150 anos. A partir de tal viés histórico, advém uma outra proposição segundo a qual o apogeu dessa representação sobre a infância durou aproximadamente de 1850 até 1950 (*idem*, p. 12). A falta dessa visão acarretou a produção de teorias psicológicas, ainda hegemônicas, que explicam o desenvolvimento infantil de maneira naturalista e, portanto, operando com classificações e conceituações que almejavam o *status* de lei universal. Desse modo, essas formulações propuseram categorias de análise fixas e imutáveis para qualquer criança de qualquer tempo e lugar. Cabe lembrar a existência de um padrão etnocêntrico a partir do qual tais teorias foram elaboradas: o padrão sempre foi a criança européia, branca e de lares burgueses. Segundo Steinberg e Kincheloe (“Introdução”) e Kincheloe (capítulo 1), o cenário em que a concepção clássica de infância pôde edificar-se começou a mudar em meados da década de 1950, em que as condições sociais, econômicas e culturais também começaram a alterar-se intensa e velozmente, implicando modificações profundas na própria infância. São exemplos de agentes importantes de tal mudança: a saída das mulheres do lar para o ingresso no mercado de trabalho; o aumento significativo e sempre crescente do número de divórcios; o desaparecimento de uma rede comunitária de apoio à educação das crianças; a recessão econômica, obrigando a um aumento da jornada de trabalho e o incremento do papel da mídia na vida diária das crianças, que se tem tornado cada vez mais intenso. É sobre o último fator, de maneira sempre articulada com os demais, que recai o foco das análises da coletânea aqui apreciada.

Assim, pode-se dizer que o fio condutor de todos os artigos é a idéia de um imaginário construído social, cultural e historicamente e que a mídia tem-se constituído como um ator central na elaboração do tipo de imaginário que perpassa a sociedade atual, cujas ressonâncias singulares no tipo de infância pós-moderna vêm-se constituindo há algumas décadas. A proposta de um imaginário socialmente edificado não é o elemento de maior inovação da coletânea, haja vista essa idéia já estar suficientemente contemplada pelas produções da Sociologia e da Antropologia. A noção que parece realmente inovadora e com forte valor heurístico é a de “cultura infantil subversiva”. Esse termo é utilizado explicitamente e, talvez, mesmo originalmente por Joe Kincheloe, no capítulo 1 e melhor desenvolvida no capítulo 14, mas permeia as análises acerca da cultura infantil pós-moderna de toda a coletânea. Antes de apreciar tal noção, é conveniente proceder a uma breve síntese de algumas idéias referentes ao pensamento pós-moderno, que se podem revelar úteis para um melhor entendimento do livro como um todo, bem como da noção acima citada.

De maneira bastante geral e sintética, pode-se dizer que o pensamento pós-moderno surgiu a partir do advento maciço e intenso da tecnologia e da saturação de informação pela mídia no cotidiano dos sujeitos das sociedades pós-industriais. Entende-se que tal situação foi tornada possível pela edificação de um relacionamento estreito, simbiótico, entre Estado e corporações científico-tecnológicas, comerciais e industriais. Esse fato gerou e continua gerando uma onda de irracionalidade crescente em função da busca desenfreada por lucro e poder, em detrimento de outros valores que até então serviam de guia à racionalidade do pensamento ocidental. Um exemplo disso é a indústria de armas bélicas, cuja existência e cujo lucro astronômico nunca são questionados, seja na guerra ao tráfico de drogas, seja nas ameaças ao equilíbrio ecológico. Tal estado de coisas fundamentou um dos pilares do pós-modernismo, a noção de “desconstrução”, isto é, a crítica radical

aos princípios norteadores do pensamento racionalista da tradição ocidental que edificou valores naturalistas e universais (por exemplo: a própria idéia de razão e o conceito de verdade). A noção de desconstrução implica também análises da relação entre Estado e corporações lucrativas, que tem criado os modos de ser e sentir pós-moderno. Esses modos dizem respeito a um cotidiano atravessado pela tecnologia, pela informática e pelo tipo de informação advinda com eles, isto é, pelos meios tecnológicos de informação, que instauram aquilo que se passou a denominar de hiper-realidade, bem como por um desejo incessante de consumo de bens produzidos por essa racionalidade técnico-científica. Vale dizer que nesse estado de coisas há não só uma criação artificial de desejo – transformado em necessidade real e intensa, de bens de consumo (múltiplos e variados) – bem como esses bens de consumo, tão logo consumidos, já implicam novas “necessidades”, visto os artefatos tornarem-se rapidamente ultrapassados por novos modelos constantemente criados. Exemplos desse fato estão espalhados em todos os âmbitos da nossa vida afetiva e prática, por inscreverem-se sobretudo no registro do imaginário, explicando o desejo de consumo dos últimos modelos recém-fabricados de bens materiais a adquirir e de novos modos de ser. Quanto à noção de hiper-real, ela diz respeito ao fato de, atualmente, a realidade estar tão intensamente atravessada por um mundo de imagens copiadas e corrigidas digitalmente do real, que elas tornam-se mais reais que o próprio real – daí o termo. Essas imagens digitais acabam conferindo um misto de irrealidade e insatisfação com o real. Tal é o sujeito pós-moderno: eternamente insatisfeito e frustrado com a realidade, pois ávido por consumir o hiper-real. Dada a natureza inatingível do último e sendo a produção do desejo incessante, movimenta-se a engrenagem da máquina consumista. É dos efeitos de tal estado de coisas na construção de um novo tipo de infância que trata o livro, escrito por especialistas em estudos culturais, mas também pais preocupados com a educação de seus filhos no cenário da pós-modernidade.

Voltando, pois, à noção de “cultura infantil subversiva”, pode-se dizer que ela refere-se basicamente ao fato de as crianças na atualidade estarem tão intensamente expostas à mídia que, ao receberem uma quantidade enorme de informações, muitas vezes acabam por deter mais conhecimento, ainda que superficial e desorganizado, que os próprios adultos, subvertendo, assim, a lógica do passado que sustentava a autoridade dos mais velhos sobre os jovens. Mais ainda, às crianças do passado eram vedadas informações a respeito de determinados temas – como, por exemplo, sexualidade e crime – tornados rotineiros para a infância atual. O exemplo que Kincheloe oferece no capítulo 1 é o da situação de um pai discutindo na escola sobre propostas curriculares de educação sexual para seu filho, enquanto a criança, em casa, assiste na televisão a um documentário sobre estupro. Kincheloe aponta que, enquanto “Os professores e a cultura escolar tratam tais crianças como se elas não soubessem nada do mundo adulto, as crianças consideram a escola irremediavelmente arcaica, fora de sintonia com o tempo” (KINCHELOE, 2001, p. 77). Nesse tocante é que parece residir terreno fértil para novas análises acerca da indisciplina na escola e nos lares sob um olhar extremamente inovador.

Um outro aspecto distintivo da cultura infantil pós-moderna que Kincheloe apresenta e problematiza é o de ela ser feita por adultos (empregados de corporações que visam ao lucro) direcionando-a às crianças, enquanto no passado a cultura era propagada de crianças para crianças. Acrescente-se a isso a existência anteriormente referida de uma relação muito próxima entre Estado e corporações empresariais: nesse sentido, tomando por base a idéia de um imaginário culturalmente produzido é que em todos os artigos da coletânea é exposta a preocupação com o que os autores chamam de “construção corporativa da infância” e que justifica o título do livro. Assim, as análises encontradas na coletânea tentam revelar o não-dito encoberto pelo que foi veiculado pelas corporações produtoras de cultura infantil, propondo não uma proibição às crianças do consumo desses artefatos, mas sim um trabalho com elas de releitura crítica dos mesmos. Seguem abaixo exemplos de idéias contidas em alguns capítulos da coletânea que permitem uma visão geral do tipo de análise nela encontrada.

No capítulo intitulado “*Power Rangers*: a estética da justiça falo-militarista”, Peter McLaren e Janet Morris demonstram aquilo que Guattari e Rolnik (1986) e Gattari (1990) já haviam proposto quanto ao fato de, no cenário do capitalismo pós-industrial, a hegemonia cultural, enquanto produtora de subjetividade, desempenhar papel de domínio político e econômico equivalente ao que, no passado, detinha o poderio militar na conquista de um território estrangeiro. Assim, por exemplo, é possível sustentar que quando a língua inglesa ou a rede McDonald’s instauram-se maciçamente em um país, é todo um modo de pensar e sentir norte-americanamente que, de modo concomitante, também se instauraria. Dessa forma, “O lucro capitalista é, fundamentalmente, produção de poder subjetivo” (GUATTARI & ROLNIK, 1986, p. 32). Assim é que os super-heróis analisados por McLaren e Morris acabam por ensinar a seus fãs as lições mais caras à aliança do Estado com as corporações empresariais produtoras de cultura infantil: a importância da guerra e, conseqüentemente,

das instituições militares e da indústria bélica; que mulheres são inferiores aos homens e que americanos caucasianos são superiores a afro-americanos e americanos de origem asiática.

A veiculação desse tipo de visão etnocêntrica de mundo também está presente na cultura das bonecas Barbies, como se pode depreender da leitura do capítulo “A mimada que tem tudo”, de Shirley Steinberg. A autora mostra que o conteúdo da lição ensinada por essa boneca reside tanto no tipo de atitudes consideradas desejáveis para mulheres sob o viés de uma sociedade patriarcal, quanto no preconceito sofisticadamente velado contra todas as pessoas que não sejam “WASP” (“white, anglo-saxon, protestant”). Assim é que, da infinidade de modelos de Barbies de todos os lugares e culturas, há possibilidade de proceder a uma classificação segundo o fato de ela ser oriunda de países pobres ou ricos a partir de informações contidas nas caixas de embalagem das bonecas. Dessa forma, “a comida quase não é mencionada nas caixas das Barbies ao Norte da linha do equador, ao contrário daquelas do Sul; evidentemente, quanto mais se vai para o Norte menos se fala ou se pensa em comida” (STEINBERG, 2001, p. 332-333). Por exemplo, a Barbie jamaicana é descrita como pertencendo a um povo muito feliz, com mulheres comerciantes que vendem sua comida em feiras livres. A Barbie hindu contém a descrição de que na Índia a maioria das pessoas come apenas arroz e vegetais com os dedos. Já a Barbie alemã é descrita como pertencendo a um país de belezas estonteantes com um povo que trabalha duro. A boneca norueguesa fala de sua tradição mitológica, descrevendo seu povo como alto e robusto, de pele clara e olhos azuis. O que chama a atenção na pesquisa é que a única Barbie que não precisa de explicação na caixa é a Barbie WASP, permitindo desvendar a mensagem: é a única original, a verdadeira. Através disso, o significado do termo étnico: “tudo diferente de branco” (idem, p. 333). Dessa análise, depreende-se o papel desempenhado pela Barbie na construção e perpetuação de conteúdos etnocêntricos no imaginário infantil.

Como problematizado nas análises sobre os “*Power Rangers*” e sobre a cultura das bonecas Barbies, com a leitura de “Os filmes da Disney são bons para seus filhos?”, de Henry Giroux, percebe-se a repetição do mesmo tipo de mensagem veiculada pelo universo de personagens da Disney. Giroux indica que “a Disney constrói um mundo inteiramente compatível com o consumismo” (GIROUX, 2001, p. 93) na medida em que “fornece a imagem em que a América [os Estados Unidos] constrói-se” (idem, p. 92). Assim, os filmes da Disney, ao incorporarem princípios norteadores dessa sociedade, acabam por ensiná-los. Um dos exemplos fornecidos é o da personagem Ariel do filme *A pequena sereia*, que representa a metáfora da dona de casa tradicional quando afirma, entre outras coisas, que ficar sem voz não é totalmente ruim, pois os homens não gostam de mulheres que falam (idem, p. 97). Outro exemplo é o do filme *O rei leão*, em que todos os personagens com poder, independência e senso de liderança são machos. Os exemplos fornecidos por Giroux são variados, mas mostram a repetição do tema, em que “Todas as mulheres nesses filmes são definitivamente subordinadas aos homens e definem seu senso de poder e desejo quase exclusivamente em termos de narrativas do macho dominante” (idem, p. 96). O estereótipo racial também é abordado na análise dos filmes da Disney, em que os americanos nativos são descritos como violentos “peles-vermelhas” e os árabes, retratados no filme *Aladim*, aparecem como grotescos, violentos e cruéis. O preconceito finamente mascarado, mostra-nos Giroux, aparece também nas vozes dos personagens. Assim, em *O rei leão* os membros da família real falam com sotaque britânico, enquanto as duas desprezíveis hienas falam com um sotaque urbano de um jovem negro e de um latino (idem, p. 102) – situação semelhante ocorre em *Aladim*.

Por fim, em “Esqueceram de mim e *Bad to the Bone*: o advento da infância pós-moderna”, Joe Kincheloe mostra a possibilidade de invenção deste preciso tipo de história, em que uma mãe esquece seu filho em casa e sai de férias com a família, como intrinsecamente relacionado ao imaginário pós-moderno. Além disso, seu grande sucesso<sup>1</sup> junto ao público de todas as idades articular-se-ia à capacidade de retratar muito bem (mesmo que de maneira caricata) o cenário da infância e das relações entre pais e filhos da atualidade. Assim, segundo Kincheloe, a série de filmes, em essência, fala de uma sociedade em que as crianças vêm-se assustadoramente sozinhas em casa, pois seus pais, dada a recessão econômica, são obrigados a longas jornadas de trabalho. Mais ainda: o autor refere-se a uma sociedade em que crianças vivem em lares cada vez mais fragmentados, haja vista o crescente número de divórcios acarretando uma alta porcentagem de pais e mães solteiros, que se vêem obrigados a cuidar sozinhos de seus filhos. Além disso, trata-se de uma sociedade em que, na ausência de uma rede comunitária de apoio à educação das crianças, estas acabam passando inúmeras horas assistindo à

<sup>1</sup> Trata-se de três filmes que compõem uma série, gerada a partir do filme que recebeu o nome no Brasil de *Esqueceram de mim*. Nos três filmes a narrativa focaliza uma criança que é esquecida em casa pelos pais.

televisão. Nesse sentido é que Kincheloe fala de uma geração de esquecidos em casa, obrigados a desenvolver-se, em grande parte, por si mesmos. Indo mais adiante, o autor propõe que o enredo da série *Esqueceram de mim* refere-se também ao tema da criança indesejada por sua família. Assim, na análise do autor, a criança esquecida em casa também é tratada com desdém e crueldade nas primeiras cenas. Um dos exemplos que Kincheloe oferece é extraído do segundo filme, na cena em que o pequeno herói faz uma aliança com uma sem-teto, depois de ambos terem sido rejeitados. Segundo o autor, “ambos aprendem a lidar com seu *status* cultural” (KINCHELOE, 2001, p. 60). Os exemplos não se esgotam na análise da série, contemplando filmes de terror e até mesmo o inocente *Parque dos dinossauros*. Kincheloe, aprofunda seu estudo da dinâmica das relações entre crianças e adultos, tanto na família quanto na escola por meio da noção de cultura infantil subversiva. Assim, dado o contexto atual, produtor de um novo tipo de infância, o autor levanta algumas das razões que tornam inviável que adultos lidem com crianças do presente com o mesmo tipo de autoridade que ganhava seu sentido e sua lógica a partir de demarcações de um contexto que já se tornou uma dimensão do passado.

A coletânea, rica de exemplos que atravessam a sociedade atual, promove um reconhecimento e uma reflexão sobre a existência de um novo tipo de infância que a cultura midiática produz, muito diferente da então conhecida, tornada naturalizada. Dessa forma, constitui-se em um instrumento de crítica às teorias e práticas psicológicas e educacionais que ainda operam com a concepção tradicional de infância e recusam-se a reconhecer mudanças já ocorridas. Ao mesmo tempo, constitui-se também em rica ferramenta a servir de norte para futuras análises da dinâmica relacional travada entre crianças e adultos no contexto da pós-modernidade.

Bernadete Mourão (b.mourao@uol.com.br) é Mestre em Psicologia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e Professora do Departamento de Psicologia da Universidade Federal Fluminense (UFF).

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- GUATTARI, F. & ROLNIK, S. 1986. *Micropolítica* : cartografias do desejo. Petrópolis : Vozes.
- GUATTARI, F. 1990. *As três ecologias*. Papirus : Campinas.
- GIROUX, H. 2001. Os filmes da Disney são bons para seus filhos? In : STEINBERG, S. R. & KINCHELOE, J. L. (orgs.). *Cultura infantil* : a construção corporativa da infância. Rio de Janeiro : Civilização Brasileira.
- KINCHELOE, J. L. 2001. Esqueceram de mim e *Bad to the Bone* : o advento da infância pós-moderna. In : STEINBERG, S. R. & KINCHELOE, J. L. (orgs.). *Cultura infantil* : a construção corporativa da infância. Rio de Janeiro : Civilização Brasileira.
- LYOTARD, J. F. 2002. *A condição pós-moderna*. 7ª ed. Rio de Janeiro : J. Olympio.
- MCLAREN, P. & MORRIS, J. 2001. *Power Rangers* : a estética da justiça falo-militarista. In : STEINBERG, S. R. & KINCHELOE, J. L. (orgs.). *Cultura infantil* : a construção corporativa da infância. Rio de Janeiro : Civilização Brasileira.
- STEINBERG, S. R. 2001. A mimada que tem tudo. In : STEINBERG, S. R. & KINCHELOE, J. L. (orgs.). *Cultura infantil* : a construção corporativa da infância. Rio de Janeiro : Civilização Brasileira.
- STEINBERG, S. R. & KINCHELOE, J. L. 2001. Introdução. In : STEINBERG, S. R. & KINCHELOE, J. L. (orgs.). *Cultura infantil* : a construção corporativa da infância. Rio de Janeiro : Civilização Brasileira.